

**Persepsi Mahasiswa tentang Podcast Warung Kopi pada Kanal
Youtube HAS Creative
(Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Balitar
Angkatan 2020-2021)**

*An Analysis of Students Perceptions of the Warung Kopi Podcast on the HAS Creative
YouTube Channel: A Study of Communication Science Students at the Islamic
University of Balitar, Cohorts 2021–2022*

Gesela Sri Mentari¹, Anita Reta Kusumawijayanti², Andiwi Meifilina³

¹⁻³Universitas Islam Balitar, Indonesia
E-mail: anitareta099@gmail.com²

Artikel Info	ABSTRAK
Diterima: 14 Februari 2025	Podcast Warung Kopi pada kanal YouTube HAS Creative merupakan salah satu podcast yang digemari anak muda. Penelitian bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Balitar Angkatan 2020-2021 mengenai Podcast Warung Kopi pada kanal Youtube HAS Creative. Penelitian ini menerapkan metode deskriptif kualitatif dengan teknik <i>purposive sampling</i> untuk mengumpulkan narasumber. Sedangkan pengumpulan data menggunakan teknik : <i>interview</i> , observasi, dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat persepsi positif dan negatif tentang Podcast Warung Kopi pada Kanal YouTube HAS Creative. Kesimpulan tersebut berdasarkan temuan bahwa Praz Teguh selaku pembawa acara dinilai sangat pintar mencairkan suasana dan bersikap humoris. Namun beberapa kali menggunakan bahasa kasar dalam komunikasinya. Narasumber yang diundang sangat bervariasi serta menginspirasi dan memotivasi, namun ada narasumber dianggap tidak mampu memberikan motivasi dan pembicaraan yang dibahas tidak begitu penting. Tema dan materi dinilai mudah dipahami dan relevan dengan kehidupan sehari-hari, dan juga mengandung banyak informasi yang menarik..
Hal. 28-36	
Kata Kunci: Persepsi; Podcast Warung Kopi; HAS Creative; YouTube.	
Keywords: Perception; Warung Kopi Podcast; HAS Creative; YouTube.	ABSTRACT <i>The Warung Kopi podcast on the HAS Creative YouTube channel is one of the favorite podcast for young people. The research aims to find out how the perception of Communication Science Students of Balitar Islamic University of 2020-2021 regarding The Warung Kopi Podcast on the HAS Creative Youtube channel. This study uses a qualitative descriptive method and uses purposive sampling techniques in collecting informants. Data collection uses techniques: interviews, observations, documentation. The results of this study show that there are positive and negative perceptions. This conclusion is based on the finding that Praz Teguh as the host is considered very smart to dilute the atmosphere and be humorous. However, that he used coarse language several times</i>

in his communication. The podcast guest shared insightful opinions, but some guests did not provide substantial or relevant insights during the podcast .The theme and material are considered easy to understand and relevant to daily life, and also contain a lot of interesting information.

PENDAHULUAN

Saat ini, hampir setiap aspek kehidupan manusia dipengaruhi oleh teknologi, baik secara langsung maupun tidak langsung, karena kemajuannya yang pesat. Teknologi komunikasi memainkan peran yang lebih besar sebagai akibat dari globalisasi dan kebutuhan akan transmisi informasi yang cepat. Teknologi informasi dan komunikasi, sebagai suatu bidang, mencakup semua bidang teknik, teknologi, dan strategi manajemen yang digunakan dalam pengendalian, pemrosesan, dan pemanfaatan informasi (Wiryany et al., 2022).

Komunikasi massa, yang didefinisikan sebagai komunikasi yang menggunakan media massa untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas, termasuk media baru. Dalam komunikasi massa, media baru terbagi dalam satu kategori: media yang memiliki fitur penting seperti menghubungkan waktu dan ruang, serta kemampuan untuk membiaskan massa historis apa pun (Tutut Nur Trias Wijayanti & Nadhiroh, 2023). Berbicara tentang komunikasi massa tentu tidak lepas dari kemampuan tiap individu dalam memainkan peran didalamnya. Untuk itu gaya komunikasi yang menunjukkan ciri khas ataupun keunikan seseorang sangat berpengaruh dalam mengungkapkan pesan (Kusumawijayanti & Sunardi, 2022).

Media sosial yakni satu di antara bentuk dari media baru, dalam konteks ini media baru telah mempengaruhi cara berinteraksi, berkomunikasi, hingga cara jual beli. Selain itu, perkembangan media baru juga telah mengurangi hambatan antar manusia, terutama yang berkaitan dengan jarak dan waktu (Prasetya & Marina, 2022). Satu di antara bagian medsos yang menjadi perhatian khusus bagi pengguna pada semua umur adalah video *sharing* seperti YouTube.

Situs video *sharing* adalah platform *online* yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah, membagikan, dan memandu video ke internet. Situs video *sharing* ini memiliki beberapa keunggulan, seperti kemungkinan untuk mengunggah video dalam berbagai format, kemudahan dalam membagikan video ke sosial media, dan kemungkinan untuk mendapatkan penghasilan dari konten video (Pirone, 2021). YouTube adalah situs *web* yang memungkinkan pengguna untuk berbagi konten audio dan video.

Salah satu situs *web* yang paling banyak digunakan untuk menonton video saat ini adalah YouTube. Hingga Oktober 2023, terdapat 139 juta pengguna YouTube di Indonesia, menurut statistik terbaru dari We Are Social. Hasilnya, Indonesia kini menjadi negara keempat dengan pengguna YouTube terbanyak di seluruh dunia (Annur, 2023).

Bulan Februari 2005, tiga mantan pegawai PayPal yakni Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim membuat YouTube, situs *web* berbagi media terbesar di dunia. Pengguna dapat menerbitkan, melihat, dan berbagi klip video secara gratis di YouTube. Semua kelompok umur dapat mengakses berbagai konten video di YouTube, termasuk musik, film, berita, olahraga, gaya hidup, permainan, blog (Vlog), dan tambahan terbaru, podcast.

Kemajuan teknologi dalam media baru sangat pesat. Salah satu bentuk media baru saat ini adalah tayangan podcast YouTube. Podcast Warung Kopi di kanal YouTube HAS Creative merupakan salah satu konten podcast yang digemari anak muda, khususnya bagi mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2020-2021 Universitas Islam Balitar. Dengan *tagline* "From Thinking To Something" kanal YouTube HAS Creative merupakan platform digital yang mengundang tokoh dan artis ternama untuk menyumbangkan konten yang mendebaran, menggugah pikiran, dan menghibur.

Pada 4 Mei 2021, HAS Creative berdiri di Jakarta. Dalam kanal YouTube HAS Creative terdapat beberapa konten podcast diantaranya : Podcast Warung Kopi (PWK), Mamat Keliling (MALING), The HasTag, Bapak Bapak Emang Gitu. Podcast Warung Kopi (PWK) merupakan

salah satu konten podcast yang ada di kanal Youtube HAS Creative dengan menyajikan siaran obrolan ringan ala warung kopi. Target demografi utama untuk konten di saluran YouTube HAS Creative adalah Generasi Milenial dan Gen Z, dengan tujuan untuk menghibur dan mendidik pemirsanya. PWK sendiri sudah ada sejak tahun 2021 dan masih eksis hingga sekarang.

Acara ini dipandu oleh komika ternama yakni Praz Teguh dan gaya pembawaannya pada podcast ini bisa membuat suasana obrolan cair akibat celetukan candaannya. Podcast yang bertemakan warung kopi ini memiliki asisten yaitu Yanti. Asisten Yanti ini dibuat secara misterius dengan hanya menunjukkan tangannya saja selama podcast berlangsung dan sampai sekarang wajah asli Yanti hanya diketahui oleh para kru PWK. Hal inilah yang membuat PWK memiliki ciri khas tersendiri.

Adanya sosok Praz Teguh yang sudah cukup dikenal sebelumnya dengan profesi sebagai seorang *stand up* komedian, membuatnya lebih familiar bagi khalayak dan dapat dengan mudah mempersuasi penonton melalui candaanya. Sesuatu seperti ini berpotensi membentuk opini orang-orang di komunitas yang melihat PWK. Proses kognitif setiap orang dalam memahami informasi tentang lingkungan sekitar baik melalui penglihatan, suara, pemicuman, apresiasi, atau pendengaran mengarah pada persepsi itu sendiri.

Menurut Sugihartono (Hidayati et al., 2021) Persepsi adalah proses di mana rangsangan yang masuk ke indra manusia diterjemahkan, atau kapasitas kelima indra untuk melakukannya. Ada berbagai perspektif dalam penglihatan manusia ketika harus mengidentifikasi apa yang baik atau positif dan apa yang tidak diinginkan, dan perspektif ini dapat memengaruhi perilaku manusia yang nyata atau yang dapat diamati. Dengan mengusung konsep ala warung kopi yang merakyat, menjadikan Podcast Warung Kopi digemari di kalangan mahasiswa dikarenakan konsep podcast ini berbeda dari podcast lainnya.

Mahasiswa merupakan salah satu kalangan yang sering mengikuti perkembangan teknologi dan aktif mengikuti isu-isu yang sedang hangat diperbincangkan atau viral. Saat menanggapi informasi yang disiarkan media, mahasiswa biasanya menggunakan keterampilan berpikir kritis dan mengemukakan pendapat mereka sendiri tentang konten PWK YouTube. Sementara itu, mahasiswa yang terdaftar dalam Program Studi Ilmu Komunikasi (Ilkom) memperoleh pengetahuan tentang proses komunikasi dan meningkatkan kemampuan mereka untuk berkomunikasi secara efektif, sehingga memungkinkan mereka untuk menghubungi audiens yang dituju secara tepat.

Peneliti menjadikan mahasiswa Prodi Ilkom Angkatan 2020 2021 Universitas Islam Blitar sebagai narasumber penelitian dengan harapan dapat mengetahui pandangan dan pendapat yang objektif mahasiswa, tentang konten Podcast Warung Kopi. Konten dari Podcast Warung Kopi dominan menyajikan topik pembahasan yang mengedukasi dan memotivasi penontonnya, serta dalam perbincangan pembawa acara bersama narasumber juga diselingi celetukan candaan yang menghibur. Dengan konten podcast yang seperti itu, menimbulkan persepsi yang berbeda-beda dari para mahasiswa yang menyaksikan podcast ini. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti merasa tertarik untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa tentang Podcast Warung Kopi pada Kanal Youtube HAS Creative pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020-2021 Universitas Islam Blitar.

METODE PENELITIAN

Menurut Creswell, penelitian kualitatif merupakan suatu proses meneliti fenomena sosial dan masalah manusia. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif (Waruwu, 2023). Dalam penelitian ini, jenis data penelitian menggunakan dua jenis data. Adapun sumber data primer yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020-2021 UNISBA Blitar, dengan melakukan observasi dan wawancara secara langsung kepada informan yang hendak diteliti.

Adapun sumber data sekunder yang peneliti peroleh yaitu melalui jurnal dan penelitian terdahulu, buku, artikel resmi, YouTube, website. Adapun objek dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2020-2021 UNISBA Blitar yang menjadi penonton

(viewers) Podcast Warung Kopi. Subjek dalam penelitian ini adalah persepsi Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2020-2021 UNISBA Blitar mengenai konten Podcast Warung Kopi.

Metode *purposive sampling* digunakan untuk memilih informan dalam penelitian ini; dengan metode ini, sampel dipilih dengan tujuan tertentu untuk memfasilitasi penelitian yang produktif. Berikut ini adalah metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini: 1) Pengamatan langsung terhadap partisipan dan lingkungan sekitar fenomena penelitian merupakan langkah pertama dalam teknik pengumpulan data observasi, menurut Bogdan & Biklen (Ardiansyah et al., 2023). 2) Herdiansyah mendefinisikan wawancara sebagai suatu proses interaksi komunikasi yang melibatkan sedikitnya dua orang yang dipilih berdasarkan ketersediaan dalam suatu lingkungan ilmiah. Diskusi diarahkan ke suatu tujuan yang telah ditentukan dengan menekankan kepercayaan sebagai landasan utama dalam proses pemahaman (Handayani, 2020). 3) Observasi langsung digunakan dalam dokumentasi untuk mengumpulkan data yang telah dikumpulkan peneliti sesuai dengan perdebatan. Tujuannya adalah untuk memastikan situasi sebenarnya di lapangan (Prawiyogi et al., 2021).

Penelitian ini menggunakan uji keabsahan data dengan cara triangulasi. Peneliti menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Sumber penelitian ini adalah informan. Sedangkan teknik yang digunakan peneliti melakukan pengujian keabsahan data dengan menggunakan informasi yang peneliti peroleh melalui observasi dan wawancara dengan para informan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2020-2021 Universitas Islam Blitar yang menjadi *viewers* Podcast Warung Kopi.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada pendapat Miles and Huberman yang mengemukakan bahwa terdapat tiga langkah dalam analisis data, yaitu :1) Reduksi data, penyusunan data dilakukan dengan menyeleksi data yang telah diperoleh, membuat ringkasan sehingga mudah untuk dipahami. 2) Penyajian data, memilih data yang sesuai berupa narasi, kutipan, dan dokumentasi berupa foto. Data yang disajikan diatur dan dipadukan sehingga mudah dipahami. 3) Kesimpulan dan verifikasi data, setelah data yang disajikan dalam riset ini, peneliti menyimpulkan hasil temuannya. Dimulai dengan pengumpulan data, menganalisis dengan mencari objek, memperhatikan keteraturan, deskripsi, dan proposisi penyajian informasi (Sugiyono, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pesan-pesan yang disajikan pada Podcast Warung Kopi sesuai dengan ekspektasi para informan saat memutuskan menonton. Adapun informan lainnya mengatakan pesan yang diterima dari Podcast Warung Kopi bervariasi dan beberapa episode membahas topik diskusi yang mendalam serta bermanfaat. Berikut kutipan hasil wawancara bersama Alfina, Rio, Eka.

“Menurut saya tayangan PWK sudah tepat dan sesuai dengan ekspektasi saya ketika melihat setiap episode PWK.” (Wawancara 2 Juni 2024).

Pesan yang diterima dari Podcast Warung Kopi bervariasi dan menarik untuk dilihat dikarenakan informasi yang diberikan menghibur, berikut hasil kutipan wawancara bersama Fira, Jessica, Hanifah, Rio, Eka, Zuroida.

“Pesanan yang disampaikan PWK saya rasa menarik untuk dilihat, karena selain memberikan informasi PWK juga menghibur audiens melalui percakapan yang dilakukan bersama narasumbernya.” (Wawancara 2 Juni 2024).

Para informan merasa informasi yang diterima dari Podcast Warung Kopi bervariasi dan menambah wawasan mereka melalui pesan-pesan yang disampaikan. Informan Fira, Jessica, Aura mengatakan bahwa wawasannya bertambah saat menonton episode podcast dengan narasumbernya Habib Ja’far.

“Beberapa tayangan PWK menambah wawasan saya, salah satunya saat mengundang Habib Ja’far. Dalam episode ini Habib Ja’far menjelaskan tentang bagaimana mengatasi prasangka dan stereotip antar kelompok beragama. Ia menekankan pentingnya dialog terbuka dan saling menghormati sebagai dasar untuk membangun kerukunan.” (Wawancara 3 Juni 2024).

Selanjutnya, persepsi mahasiswa terbagi menjadi dua jenis yaitu persepsi objek (lingkungan fisik) dan persepsi terhadap manusia. Persepsi terhadap objek (lingkungan fisik) meliputi tema dan materi, judul video serta thumbnail video pada Podcast Warung Kopi pada Kanal Youtube HAS Creative. Sedangkan persepsi terhadap manusia meliputi persepsi terhadap Praz Teguh selaku pembawa acara pada kontennya, dan juga narasumber yang diundang. Persepsi terhadap Podcast Warung Kopi ini terbagi menjadi 5 dimensi dan persepsi tersebut merupakan persepsi positif dan persepsi negatif.

Persepsi Mengenai Pembawa Acara (Praz Teguh)

Pada Podcast Warung Kopi, Praz sendiri berperan sebagai pembawa acara, dimana seseorang pembawa acara bertugas memandu acara dan bertanggung jawab atas kelancaran dan suksesnya sebuah acara dari awal hingga berakhir. Dalam hal ini konten yang dihasilkan dipengaruhi juga dari cara berkomunikasi Praz selaku pembawa acara. Hal tersebut diungkapkan oleh Aura, dalam kutipan hasil wawancara berikut.

“Praz sebagai pembawa acara memiliki pengaruh besar terhadap podcast yang dibawakannya. Kepribadiannya, gaya komunikasi, dan cara dia berinteraksi dengan narasumber sangat mempengaruhi suasana dan arah dari setiap episode. Tanpa kehadiran Praz, podcast tersebut mungkin tidak akan memiliki daya tarik yang sama.” (Wawancara 17 Mei 2024).

Pandangan informan mengenai Praz Teguh selaku pembawa acara mendapat persepsi positif karena dinilai sangat pintar mencairkan suasana dan bersikap humoris. Ia pandai dalam memandu acara. Praz selalu bisa menyesuaikan dengan karakter narasumbernya sehingga proses komunikasinya tidak kaku. Hal tersebut diungkapkan Alfina, Fira, Hanifah Aura dalam kutipan hasil wawancara berikut.

“Pintar dalam mencairkan suasana. Kan engga semua orang bisa mencairkan suasana ya, jadi kayak ada aja pertanyaan yang muncul di otaknya dan Praz 58 kalo nanya ke narasumbernya tuh selalu out of the box gitu.” (Wawancara 15 Mei 2024).

Caranya berkomunikasi sederhana dan tidak bertele-tele, sehingga selalu menghasilkan dialog yang menarik bersama narasumber. Komunikasinya selalu disertai dengan gerakan nonverbal. Mahasiswa juga memberikan persepsi negatif, dalam perannya sebagai pembawa acara, persepsi tersebut diungkapkan oleh Zuroida dalam kutipan hasil wawancara berikut.

“Di beberapa episodenya Praz kerap beberapa kali menggunakan kata-kata sindiran dan dibuat humor, menurut saya itu tidak mengenakan untuk didengarkan.” (Wawancara 19 Mei 2024).

Gaya komunikasi Praz Teguh kerap kali menggunakan bahasa kasar dalam komunikasinya yang santai dan beberapa kali perbincangannya dengan narasumber keluar dari tema yang dibahas, sehingga menimbulkan persepsi negatif dari mahasiswa.

Persepsi Mengenai Narasumber

Keberadaan seorang narasumber dalam Podcast Warung Kopi di Kanal YouTube HAS Creative memiliki dampak besar kepada konten yang akan dihasilkan. Keberagaman narasumber

yang diundang inilah yang menyebabkan banyak informasi beragam yang dapat diperoleh dari Podcast Warung Kopi. Seperti yang diungkapkan oleh Jessica dan Aura ketika diwawancara dalam kutipan berikut.

“Pemilihan narasumber pada podcast Warung Kopi cukup beragam dan menarik. Praz Teguh sering menghadirkan orang-orang dengan latar belakang yang berbeda-beda, mulai dari selebriti, pelawak, hingga tokoh masyarakat, yang membuat setiap episode memiliki tema dan sudut pandang yang unik.” (Wawancara 17 Mei 2024).

Pemilihan narasumber untuk Podcast Warung Kopi mendapat persepsi positif karena narasumber yang hadir pada sangat beragam, sehingga banyak informasi yang dapat diperoleh, selain itu narasumber yang diundang dinilai menginspirasi dan memotivasi. Pemilihan narasumber juga tepat disesuaikan dengan isu-isu yang sedang viral dan banyak diperbincangkan. Narasumber yang hadir kerap kali memberikan informasi, edukasi dan juga hiburan sekaligus.

Terdapat persepsi negatif terhadap pemilihan narasumber dikarenakan beberapa narasumber yang diundang dianggap tidak berprestasi dan memiliki nilai kesopanan yang rendah, sebagaimana ditampilkan dalam kutipan hasil wawancara bersama Fira sebagai berikut.

“Ada narasumber yang engga aku suka, contohnya saat mengundang Chatez, dia kan dilebi dengan istilah ‘bocah kosong’ dan cara dia ngomong itu tuh engga dipikir dulu gitu asal ceplos aja dan aku gasuka.” (Wawancara 14 Mei 2024).

Pembicaraan yang mereka lakukan dianggap hanya membahas topik yang tidak begitu penting. Dalam penelitian ini, mahasiswa memberikan persepsi negatif karena menganggap narasumber yang diundang bertentangan dengan nilai serta karakter dari individu yang mempersepsi.

Persepsi Mengenai Tema dan Materi

Tema dan materi ini dikatakan penting karena dapat menentukan bagaimana berjalannya alur video dan juga bagaimana video tersebut dapat menarik perhatian penonton. Konten Podcast Warung Kopi mengangkat tema dan materi yang sangat beragam, membahas isu yang sedang terjadi di masyarakat. Informasi tersebut dipaparkan oleh Eka pada wawancara sebagaimana berikut.

“Pemilihan tema dan materinya keren banget. Mereka selalu mengangkat topik-topik yang menarik dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Dari yang serius sampai yang ringan, semua disajikan dengan cara yang asik dan engga bikin bosen.” (Wawancara 14 Mei 2024).

Tema dan materi yang dibungkus dalam percakapan tersebut menghibur, edukatif dan juga informatif sehingga melahirkan persepsi positif dari mahasiswa. Terlepas dari itu, terdapat persepsi negatif terhadap pemilihan tema dan materi dalam konten Podcast Warung Kopi karena Praz dianggap beberapa kali mengangkat tema dan materi yang tidak begitu penting seperti pengalaman seseorang yang suka berekspresi dan melakukan hal yang aneh. Sebagaimana ditampilkan dalam kutipan hasil wawancara bersama Jessica, yang mengungkapkan ketidaksukaannya terhadap salah satu tema yang pernah diangkat.

“Episode yang judulnya “Klarifikasi Dede Inoen keracunan T4i Kuda, Sampe Di Infus Di Rumah Sakit!!”, Dede disini cerita tentang dia yang suka memakan makanan yang nyeleneh dan melenceng seperti mukbang raja jin hingga makan kotoran kuda. Menurut saya materi ini agak engga jelas ya kayak terkesan menjijikan dan tidak pantas untuk ditonton.” (Wawancara 15 Mei 2024)

Persepsi Mengenai Judul Video

Judul video merupakan daya tarik awal bagi informan sebelum mereka memilih untuk menonton Podcast Warung Kopi, karena judul video merupakan alat bantu yang memberikan deskripsi video. Dengan adanya judul yang memberi gambaran bagi informan berupa deskripsi yang sesuai dengan isi video. Sebagaimana dikutip dari hasil wawancara bersama Fira berikut.

“Kalo menurutku PWK dalam pemilihan judul video ngambil secara clickbait ya, dan selalu eyecatching gitu. Jadi orang-orang yang liat judulnya tuh kayak “hah ini beneran kayak gini?” dan ini membuat podcastnya menarik untuk dilihat.” (Wawancara 14 Mei 2024).

Pemilihan judul video untuk konten Podcast Warung Kopi dinilai menarik, Praz berhasil memilih judul yang membangun antisipasi viewers sehingga mendorong mereka untuk menonton videonya. Namun, Informan Rio memiliki persepsi yang berbeda terhadap pemilihan judul pada konten Podcast Warung Kopi, sebagaimana ditampilkan dalam kutipan dalam hasil wawancara berikut.

“Beberapa judul yang mungkin terkesan berlebihan atau terlalu sensasional. Hal ini biasanya dilakukan untuk menarik perhatian lebih banyak penonton, namun jika terlalu jauh dari isi konten sebenarnya, bisa mengecewakan penonton dan menurunkan kredibilitas podcast. Praz Teguh kerap kali menggunakan kata-kata kasar dan terkadang juga terkesan berlebihan.” (Wawancara 17 Mei 2024).

Persepsi Mengenai *Thumbnail* Video

Thumbnail video merupakan kilasan video yang berbentuk gambar atau foto dan muncul sebagai cover video dan muncul sebelum video tersebut dibuka. *Thumbnail* video memiliki peran penting bagi Podcast Warung Kopi, karena *thumbnail* yang tampil di awal dapat mengundang banyak perhatian khalayak untuk menonton videonya. Sama dengan judul yang memberikan deskripsi awal dari keseluruhan video, namun *thumbnail* bekerja dalam bentuk gambar sehingga daya tariknya lebih besar.

Mayoritas informan menilai bahwa pada pemilihan tampilan *thumbnail* video untuk Podcast Warung Kopi sederhana namun menarik, seperti yang diungkapkan oleh Aura ketika diwawancara dalam kutipan berikut.

“Pemilihan thumbnail video pada podcast Warung Kopi biasanya cukup efektif dan menarik perhatian. Thumbnails tersebut sering menampilkan ekspresi wajah yang menarik atau elemen visual yang relevan dengan isi konten.” (Wawancara 17 Mei 2024).

Praz berhasil menampilkan thumbnail video yang membangun rasa penasaran *viewers* sehingga membuat mereka ingin membuka videonya. Namun ada juga persepsi negatif dari informan yang berpendapat bahwa tampilan *thumbnail* video pada konten Podcast Warung Kopi terlihat berlebihan serta tidak bersesuaian dengan keseluruhan isi video dan sering menampilkan kata-kata kasar seperti makian. Hal tersebut diungkapkan oleh Alfina mengenai tampilan *thumbnail* video pada konten Podcast Warung Kopi, sebagaimana kutipan hasil wawancara berikut.

“Menurut saya, tampilan thumbnail video terkadang kata-kata yang dipilih terlalu berlebihan dan kasar. Seperti dalam podcast yang mengundang Dede Inoen.” (Wawancara 12 Mei 2024)

Teori Perbedaan Individu Melvin De Fleur melihat betapa berbedanya orang satu sama lain sebagai subjek media massa ketika mereka terpapar pada pengetahuan yang memiliki konsekuensi tertentu. Respons mahasiswa terhadap komunikasi dipengaruhi oleh tatanan psikologis mereka karena perbedaan dalam cara individu melihat dan memproses informasi, terutama ketika hal itu

berkaitan dengan minat mereka. Karena mereka berbeda satu sama lain secara individual, efek media massa pada masyarakat umum karenanya beragam daripada homogen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan diatas, didapatkan kesimpulan bahwa pesan- pesan yang disajikan pada Podcast Warung Kopi bertujuan untuk menghibur serta mengedukasi penonton. Mahasiswa dapat menerima pesan-pesan yang disampaikan dan pesan-pesan tersebut bervariasi. Persepsi mahasiswa tentang Podcast Warung Kopi pada Kanal YouTube HAS Creative terbagi menjadi persepsi positif dan juga negatif. Persepsi itu terbagi menjadi 5 dimensi, yaitu persepsi mengenai pembawa acara (Praz Teguh), narasumber yang diundang, tema dan materi, judul video, serta *thumbnail* video.

Praz Teguh selaku pembawa acara dinilai sangat pintar mencairkan suasana dan bersikap humoris. Namun Praz dinilai kerap kali menggunakan bahasa kasar dalam komunikasinya. Narasumber yang diundang sangat bervariasi, menginspirasi dan memotivasi. Namun ada narasumber dianggap tidak berprestasi dan pembicaraan yang dibahas tidak begitu penting.

Tema dan materi dinilai mudah dipahami dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Judul video dinilai menarik dan membuat penasaran, namun mendapat persepsi negatif karena dinilai berlebihan dan sering menggunakan bahasa kasar. Persepsi terhadap *thumbnail* video dinilai menarik dan membuat penasaran, namun juga dinilai beberapa kali menggunakan kata kasar dan juga dinilai berlebihan.

Selain itu, para mahasiswa juga mendapatkan berbagai informasi dan merasa wawasan mereka bertambah melalui pesan- pesan yang disampaikan. Melihat efek dari sebuah tayangan podcast, konten kreator harus lebih cerdas dan selektif dalam membuat konten agar memberikan edukasi dan bermanfaat bagi masyarakat ditengah masifnya tayangan-tayangan podcast di YouTube.

REFERENSI

- Annur, C. M. (2023). *Indonesia Peringkat Keempat Pengguna Youtube Terbanyak Dunia*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/24/indonesia-peringkatkeempat-pengguna-youtube-terbanyak-dunia>
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Handayani, R. (2020). *Metode Penelitian Sosial*. In Bandung (Issue September).
- Hidayati, N., Adha, M. M., & Nurmala, Y. (2021). Persepsi Masyarakat Terhadap Kebijakan Zonasi DI Desa Bali Agung Kecamatan Palas Lampung Selatan. *Jurnal PEKAN*, 6(2), 222–233.
- Kusumawijayanti, A. R., & Sunardi, A. M. (2022). Gaya Komunikasi Analisa Widyaningrum dan Efeknya terhadap Publik. *Translitera : Jurnal Kajian Komunikasi Dan Studi Media*, 11 (1), 28–37. <https://ejournal.unisbali.ac.id/index.php/translitera/article/view/2054/1227>
- Pirone, M. (2021). *Top 10 Video Sharing Websites You Should Use*. Vidico.Com. <https://vidico.com/news/top-10-video-sharing-websites-you-should-use/>
- Prasetya, D., & Marina, R. (2022). Studi Analisis Media Baru: Manfaat dan Permasalahan dari Media Sosial dan Game Online. *Jurnal Telangke Ilmu Komunikasi*, 4(2), 1–10. <https://jurnal.ugp.ac.id/index.php/Telangke>
- Prawiyogi, A. G., Sadiah, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Membaca di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446–452. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.787>
- Sugiyono. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Tutut Nur Trias Wijayanti, & Nadhiroh. (2023). Optimalisasi Akun Youtube Sanggar Difabel Solo Sebagai Media Komunikasi Massa Untuk Mewujudkan Masyarakat Inklusif Indonesia. *J-*

- KIS: Jurnal Komunikasi Islam*, 4(1), 23–38. <https://doi.org/10.53429/j-kis.v4i1.674>
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910.
- Wiryany, D., Natasha, S., & Kurniawan, R. (2022). Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi terhadap Perubahan Sistem Komunikasi Indonesia. *Jurnal Nomosleca*, 8(2), 242–252. <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v8i2.8821>